

КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В СТРУКТУРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА АГРОУСАДЕБ И АГРОТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

С.В. Чувак

Гродненский государственный университет имени Я.Купалы, sv_chuvak@grsu.by

Одним из актуальных направлений развития услуг в агроусадебных и агротуристических комплексах Беларуси является организация корпоративных мероприятий разных типов: народных праздников, семейных торжеств, свадеб, игр и забав. Особенности организации и предоставления данного вида услуг (на примере агротуристических предприятий Гродненской области) стало темой данного исследования.

Агротуризм принято считать видом отдыха, привлекательным для людей, которые предпочитают покой загородной жизни, природную естественность, прямые контакты с местными традициями. В 2011 год количество туристов посетивших агротуристические усадьбы Беларуси составило 144815 человек, которые в общей сумме потратили на услуги агроусадеб 20424,4 млн.бел.руб. В среднем, каждый посетивший агроусадьбу потратил на свой отдых около 17 долл. США [3, с.65–66]. Как видно из статистических данных, в настоящее время большинство посетителей агроусадеб – это белорусы.

Однако в нашей стране существует ряд факторов, влияющих на формирование «традиционно-агротуристического продукта для национального, «внутреннего» потребителя.

Во-первых, у белорусов есть возможность проведение свободного времени на садово-дачных участках, где горожане имеют возможность отдохнуть вне урбанизированной среды, заняться сельским трудом в свое удовольствие. Во-вторых, значительная часть населения городов имеет тесные родственные связи с деревней. Многие жители городов имеют родственников старших поколений в сельской местности, у которых зачастую проводят отпуска и каникулы. И, в-третьих, более 42 % территории Беларуси – это сельскохозяйственные земли, и виды отдыха вне города (например, организация пикников), которые широко распространены среди населения, легко осуществимы туристами самостоятельно. В Беларуси господство государственной собственности на земельные угодья делает их общедоступными для бесплатного использования в рекреационных целях, что косвенно сдерживает процессы концентрации туристского обслуживания в сельской местности и специализации отдельных хозяйств на агротуризме [1, с.128–129].

Сегодня в сфере агротуризма в Гродненской области сложилась ситуация, когда предложение значительно превышает спрос. Поэтому хозяева агроусадеб должны искать альтернативные виды услуг, способных привлечь большое количество туристов.

В связи с вышеуказанными проблемами развития агротуризма в Республике Беларусь, для многих субъектов данной отрасли туризма перспективными и наиболее прибыльными видами услуг является организация национальных и семейных праздников, свадеб, корпоративов и деловых встреч, на чем многие из агроусадеб и делают ставку.

По данным анализа отзывов агротуристов на туристических порталах и сайтах различных агроусадеб Гродненской области 12% среди них предпочитают в рамках агроусадеб организацию рыбной ловли, охоты; 18% – кратковременный отдых на природе, продолжительностью 3–4 дня; 28% – активные виды отдыха (велоспорт, сплавы на байдарках, конные прогулки). 58% посетителей выбирают агроусадебные комплексы в качестве мест для проведения семейных праздников.

Положительный опыт предоставления туристических услуг и проведения различного рода развлекательных мероприятий и торжеств реализуют агротуристические комплексы «Гарадзенскі маёнтак «Каробчыцы»» ОАО «Гродненский мясокомбинат», «Каралінскі фальварак Тызенгауза» и ООО «Конно-спортивный центр «Гиппика». Усадьбы «На Жижме», «Бурносы», «Верес», «Белый

аист», «Лидский хуторок», «Новоселки», «Спадчына» предлагают организацию деловых встреч, семинаров, корпоративных мероприятий. Для этого на территории агроусадьб имеются специально оборудованные банкетные залы вместительностью от 25 до 80 человек. При организации данных мероприятий все усадьбы, организуют питание, а также такие дополнительные услуги по желанию клиентов вне рамок встреч, семинаров: баня, сауна, бильярд, и все основные услуги, сформированные на территории усадеб в зависимости от сезона: катание на лошадях, большой теннис, рыбалку, охоту, велосипедные прогулки и т.п. Потребительской аудиторией здесь выступают не только корпоративные клиенты Гродненской области, но и деловые люди из других областей. Усадьбы, находящиеся ближе к Гродно, привлекательны так же и для иностранных гостей, посещающих нашу страну с деловыми целями, предлагают кроме традиционного набора услуг также обзорные экскурсии по Гродно.

Одним из видов развлечений для семейного отдыха или тимбилдинга для организаций (активный корпоративный отдых, направленный на сплочение коллектива), можно представить игру «Полный Селец». Её организаторами являются хозяева агроусадьбы «Домик в деревне» Лидского района. Игра рассчитана на два дня. Участвуют команды от 1 до 5 человек. Каждая команда в рамках игры получает список заданий. В каждой точке нужно отыскать написанный организаторами цифровой код (пароль). В игре используются задания на физическую подготовку и сложные логическое размышление – различные шифровки. Данная игра построена так, что участник не может пройти ей в одиночку. Обязательна работа в команде. Поэтому данное направление – это современное решение развития коллектива, благодаря чему вырабатывается командный дух, доверие между участниками.

Ежегодно агротуристические комплексы Гродненщины собирают большое количество как белорусских, так и иностранных туристов для празднования народных праздников. Для туристов интересными становятся обрядовые праздники «Коляды», «Масленица», «Купалье». В агроусадьбе «Каралінскі фальварак Тызенгаўза» 20 февраля 2013 года проходила масленица, на которой гостей развлекали ряженые, цыгане с медведем. Участников праздника угощали традиционными кулинарными изысками: кормили блинами, голубцами и дерунами [2].

Хозяева стараются привлечь посетителей национальной экзотикой, семейными историями, натуральными продуктами, активным отдыхом на природе. Часть усадеб объединилось в кластер с дисконтной картой: посещение одной дает право на скидку при посещении другой. Турист, таким образом, может воспользоваться различными предложениями отдыха. Например, Королино, где расположен «Каралінскі фальварак Тызенгаўза» находится рядом с «Гарадзенскім маёнткам Каробчыцы», и владельцы заключили партнерское соглашение. Из маёнтка, в фольварк организован кейтеринг.

Таблица – Дополнительные услуги в рамках организации свадеб

Название агроусадьбы (агротуристического комплекса)	Характер услуг
«Каралінскі фальварак Тызенгаўза»	Картеж с каретой, костюмированный балл 18 века, хождение на ходулях, запуск воздушных фонариков, цыганский ансамбль "Рада", факир-шоу(змеи, гвозди, стекло, огонь), восточные танцы
«Домик в деревне»	Рыцарские бои, фаер-шоу.
«Верес»	Живая народная музыка (баян, цымбалы), встреча гостей с караваем, народный фольклор.
ООО «Конно-спортивный центр «Гиппика»	Катание на бричке, фаэтоне или санях (по сезону), цыганский ансамбль, брачная ночь на сеновале.
«Гарадзенскі маёнтак «Каробчыцы» ОАО «Гродненский мясокомбинат»	Катание в кортеже (катание в карете, дилижансе и бричке по территории парковой зоны), прокат лошади для фотосессии, запуск голубей.

Организацией свадеб занимаются многие Гродненские агроусадьбы, которые оборудованы закрытыми/открытыми вместительными беседками, большими и малыми банкетными залами (30–120 человек), кафе. На территории усадьбы «Мытнянскі гасцінец» оборудованы место для приготовления пищи на свежем воздухе, танцевальная площадка, бассейн, большой крытый навес на 40 человек. В проведении свадеб хозяева агроусадьб всячески стараются помочь с их организацией. Предлагают варианты ведущих, музыкантов и диджеев разных классов и стоимостей, украшают банкетные залы и во многих усадьбах приглашают творческие народные ансамбли, что стало популярным среди белорусов (например, «Гуцкі гармонік» (агроусадьба «Лидский хуторок»), ансамбль «Печки–лавочки» (агроусадьба «Домик в деревне»). Хозяева агроусадьбы «Домашний очаг» оказывают помощь в выборе поваров и официантов, по доставке гостей.

Таким образом, проведенное исследование показало, что отдых и развлечения современный потребитель может найти не только в традиционных предприятиях индустрии досуга, но и в сельской местности. Особенности развития агротуризма в Беларуси, специфика потребностей и ожиданий отечественных и иностранных агротуристов требуют от владельцев агроусадьб и агротуристических комплексов создания конкурентоспособного туристического продукта на базе так называемых корпоративных мероприятий. Развлечения, игры, ролевые игры, проведение семейных и корпоративных торжеств пользуются большим спросом. Формирование и продвижение такого типа корпоративного туристического продукта является, несомненно, перспективным. Он даёт возможность приобщения к традиционной культуре и обычаям, участие в местных праздниках и развлечениях способствует сохранению нематериального культурного наследия, как региона, так и национальной культуры в целом. Корпоративные мероприятия с национальным колоритом поддерживают и способствуют развитию местных ремёсел и промыслов, а также являются хорошей альтернативой для организации семейных праздников с необычными услугами и запоминающимися сценариями.

Список использованных источников:

1. Андрусь, Е.С. Факторы, сдерживающие развитие агротуризма на территории Республики Беларусь/ III Международная научно–практическая конференция «Непрерывное географическое образование: новые технологии в системе высшей и средней школы», Гомель, 21–22 апр.2011 / М–во образования Респ. Беларусь, УО «ГГУ им.Ф.Скорины»; [редкол.: Г.Н.Каропа (гл. ред.) и др.]. – Гомель: Изд–во ГГУ, 2011. – С. 128–129.
2. Рутова, М. В. Фольварке Тизенгауза летали блины и метлы [Электронный ресурс].–Режим доступа: <http://vgr.by/home/region/10918-news-maslenica-korolino>–Дата доступа: 06.04.2013 г.
3. Сельский туризм в Беларуси: современное состояние и перспективы развития/ Я.И.Аношко; под.ред.В.А.Кликуновой. – Минск: Издательство «Четыре четверти», 2011. – 220с.
4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [ред. Е.И. Кухаревич (председ.) и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2011.–130с.